



## OPINIÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE OS MITOS ALIMENTARES DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL

Eduarda de Cássia Lima Brugeff<sup>1</sup>, Glyeltson Max Schuster Pereira<sup>2</sup>, Daniele Bier<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Aluna do Curso de Medicina Veterinária da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande, MS. Bolsista de Iniciação Científica CNPq. E-mail: [ebrugeff@gmail.com](mailto:ebrugeff@gmail.com)

<sup>2</sup>Aluno do Curso de Medicina Veterinária da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande, MS. E-mail: [glyeltson@hotmail.com](mailto:glyeltson@hotmail.com)

<sup>3</sup>Professora do Curso de Medicina Veterinária da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande, MS. E-mail: [danielebier@ucdb.br](mailto:danielebier@ucdb.br)

**Resumo:** A ingestão de produtos de origem animal ou seus derivados possui características que impactam benéficamente na saúde humana, contudo, estes produtos são cercados por mitos, os quais não possuem fundamentação científica, mas são considerados como corretos pela população, o que por vezes culmina na sua perpetuação a cada geração na sociedade. O objetivo desta pesquisa foi avaliar a percepção dos consumidores frente aos mitos relacionados aos produtos de origem animal. Evidenciou-se que a maioria dos consumidores acredita nos mitos, o que pode ser devido à veiculação de informações errôneas pela mídia ou por indivíduos insipientes.

**Palavras-Chave:** alimento seguro, doença alimentar, hormônio

## CONSUMERS'S OPINIONS ON FOOD MYTHS OF PRODUCTS OF ANIMAL ORIGIN

**Abstract:** The ingestion of products of animal origin or its derivatives has characteristics that have a beneficial impact on human health, however, these products are surrounded by myths, which are not scientifically based, but are considered correct by the population, which sometimes culminates in their health perpetuation of each generation in society. The objective of this research was to evaluate the perception of consumers regarding myths related to animal products. It has been found that most consumers believe in myths, which may be due to misinformation by the media or insipient individuals.

**Keywords:** safe food, food disease, hormone

### Introdução

O mito alimentar pode ser definido como sendo, o conjunto de crenças as quais, são vinculadas à população e que necessariamente não possuem fundamentação real, contudo são tidos como verdade. A origem dos mitos alimentares brasileiros é oriunda do período colonial, uma vez que estes eram utilizados como uma maneira de educar, controlar o excesso, assim como de reprimir e obter controle social (Souza et al., 2008).

A importância do consumo dos produtos alimentares oriundo dos animais é devida sua vasta contribuição de nutrientes totais na alimentação humana, pois são fontes de proteínas, energia e minerais. Dentro do âmbito da saúde, os produtos de origem animal e seus derivados possuem microcomponentes responsáveis por proporcionar efeitos que impactam positivamente na saúde humana e na prevenção de doenças, além disto, tais produtos estão relacionados com valores nutritivos tradicionais (Zambomet al., 2004).

Em contrapartida, mesmo com seus benefícios, no âmbito popular, as gorduras de origem animal são atribuídas como as principais causadoras do aumento de doenças cardiovasculares, entretanto segundo o autor o risco destas é menor quando comparada a dietas ricas em carboidratos (Lobato & Freitas, 2006).

Os mitos alimentares impostos pela sociedade são perpetuados devido à grande influência da mídia leiga em decorrência da veiculação de informações errôneas; somado a isto, o que corrobora para esta situação são profissionais da área da saúde insipientes, os quais, ao invés de sanarem dúvidas acabam





disseminando informação ou conhecimento inverídico fomentando a sustentação dos mitos, desta forma pode-se dizer que os mitos são arraigados tanto entre profissionais da saúde quanto da população em geral (Lobato & Freitas, 2006).

O objetivo desta pesquisa foi realizar uma avaliação sobre a percepção dos consumidores frente aos mitos relacionados aos produtos de origem animal.

### Material e Métodos

Tratou-se de um estudo de caráter descritivo realizado através de um questionário aplicado em um supermercado da cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. O questionário continha questões relacionadas aos mitos sobre os produtos de origem animal para avaliar o nível de conhecimento dos consumidores acerca do assunto. O único critério de exclusão foi indivíduos com idade inferior a 18 anos de idade. Após, a coleta dos dados foi realizado a frequência dos resultados obtidos.

### Resultados e Discussão

Os resultados obtidos demonstraram que os mitos estão presentes na sociedade, o que impacta negativamente na indústria e na escolha do produto, visto que a presença destes fomenta julgamentos que por vezes levam os consumidores a tomarem decisões baseadas em informações inverídicas, o que corrobora para a perpetuação desses mitos. Obteve-se um total de 53 respondentes, sendo que na população entrevistada a maioria pertencia ao sexo feminino, 73,6% (39/53), houve prevalência de faixa etária de 29 a 59 anos com 64,2% (34/53), sendo que a escolaridade de ensino médio completo foi declarada por 35,8% (19/53).

No que se refere aos mitos, um dado relevante foi a percepção dos consumidores frente à crença de que a carne de frango possui hormônio, sendo a resposta sim assinalada por 88,7% (47/53) consumidores, contudo, ressalta-se que é proibido a utilização de qualquer substância hormonal em aves com a finalidade de estimular crescimento e eficiência alimentar (Brasil, 2004). Além disto, tal informação é disponível no rótulo, uma vez que o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (Mapa) desde 2014 autorizou as indústrias avícolas a utilizarem os dizeres “sem uso de hormônio, como estabelece a legislação brasileira” na embalagem de seus produtos (Machado, 2016).

Para 54,7% (29/53) dos respondentes a presença de “furinhos” no queijo é um atributo que indica a qualidade e o sabor do produto, entretanto, isto pode ser indicativo de bactérias, principalmente, os coliformes, sendo que algumas espécies podem levar a surtos de origem alimentar, somado a isso se ressalta que estas bactérias são residentes no intestino dos seres humanos e animais e a ausência de condições higiênicas no processamento do queijo está relacionada com os “furos” no mesmo. Visto que estas bactérias podem produzir gás o que provoca o inchamento precoce do queijo, podendo levar a rachaduras no produto (Ordóñez, 2005).

Das respostas obtidas referentes à pergunta de qual a melhor carne para a saúde dos entrevistados 88,7% (47/53) afirmaram ser a carne de peixes. A resposta está correlacionada à informação que este produto possui características benéficas a saúde quando comparada com as demais carnes, principalmente devido ao discurso que sua ingestão é associada a menos riscos de doenças, dentre estas as cardiovasculares. Além disto, o pescado possui características nutricionais importantes, sendo uma das principais fontes de proteínas na alimentação humana (Ordóñez, 2005).

A maioria dos entrevistados, 69,8% (37/53) considera que o leite cru é mais puro e possui mais nutrientes quando comparado ao leite de caixinha, contudo, sabe-se que o leite pasteurizado é o leite que foi submetido a um tratamento térmico que garante a destruição de microrganismos patogênicos assegurando a saúde do consumidor (Ordóñez, 2005). No entanto, o leite que não passa por tal processo térmico possui carga microbiana maior podendo levar a transmissão de doenças de origem alimentar, esta alusão ao leite cru revela que o desconhecimento dos consumidores quanto aos riscos da ingestão deste produto.

Para 86,8% (46/53) dos respondentes existe diferença entre a manteiga e a margarina. A diferença entre estes produtos consiste na sua origem e no seu valor nutricional. A margarina é produzida a partir do óleo vegetal e sofre um processo de hidrogenação que consiste na adição de hidrogênio na sua cadeia molecular, enquanto, que a manteiga é um derivado lácteo produzido a partir da nata, sendo então um produto de origem animal. Ao serem questionados sobre qual o melhor produto, 82,6% (38/53) declararam ser a manteiga, o que é indicativo que este produto é mais apreciado pela população estudada.

Em relação à cor da casca do ovo, 43,7% (23/53) das pessoas respondeu que a coloração da casca está relacionada com o seu valor nutricional, no entanto, a cor é apenas uma característica relacionada à





linhagem da ave não possuindo relação com valor nutricional. Colaborando com esta afirmação, Ordóñez (2005), cita que não existe correlação entre a coloração da casca do ovo e a sua qualidade interior, no entanto, devido às preferências de mercado em algumas regiões há predileção de consumo por ovos brancos e, em outras, por ovos de cor marrom.

### Conclusões

Diante do exposto, nota-se que os produtos de origem animal ainda são cercados por mitos e tabus, os quais impactam de forma negativa na imagem e na credibilidade da indústria e apesar de não possuírem caráter científico são adotados como verdade pela população passando a cada geração. Esta carência de conhecimento juntamente aos meios de comunicação leigos favorece de forma significativa para a não ingestão de determinado alimento, o que influencia e modifica os hábitos alimentares dos indivíduos.

### Literatura Citada

- BRASIL. [2004]. Ministério da Agricultura Pecuária Abastecimento. Instrução Normativa N° 17, Brasília, 21 de jun. 2004. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/alimentacao-animal/arquivos-alimentacao-animal/legislacao/instrucao-normativa-no-17-de-18-de-junho-de-2004.pdf>> Acesso em: 30/09/2019.
- LOBATO, J. F. P.; FREITAS, A. K. [2006]. Carne bovina: mitos e verdades. Pecuária Competitiva In: Diretoria da Federacite. (Org.). Pecuária Competitiva. Porto Alegre: Ideograf Editora e Gráfica, 2006, v. XIV, p. 93-115.
- MACHADO, R. [2016]. Uso de hormônios na criação de aves é mito. Brasília: Conselho Federal de Medicina Veterinária, 2016. Disponível em: <<http://portal.cfmv.gov.br/noticia/index/id/4954>>. Acesso em: 29/09/2019.
- ORDÓÑES, J.A. Tecnologia de Alimentos. Porto Alegre, Artimed, 2005.279p.
- SOUZA, B. M. M.; CÂNDIDO, C. S.; COELHO, C. G.; et al. Análise crítica de mitos alimentares a cultura popular brasileira. In: SEMANA DE TECNOLOGIA EM ALIMENTOS, 6., 2008. Ponta Grossa. Anais... Ponta Grossa: UTFPR. ISSN: 1981-366X, v. 02, n. 15, 2008.
- ZAMBOM MA, SANTOS GT, MODESTO EC. [2004]. Importância das gorduras poliinsaturadas da saúde humana. RevSocBras Zootec. 2004;547:553-7. Disponível em: <<http://www.nupel.uem.br/importancia-gordura-saude.pdf>> Acesso em: 29/09/2019.

